

La relación personal directa prevalece como principal modo de relación de las agencias con sus clientes

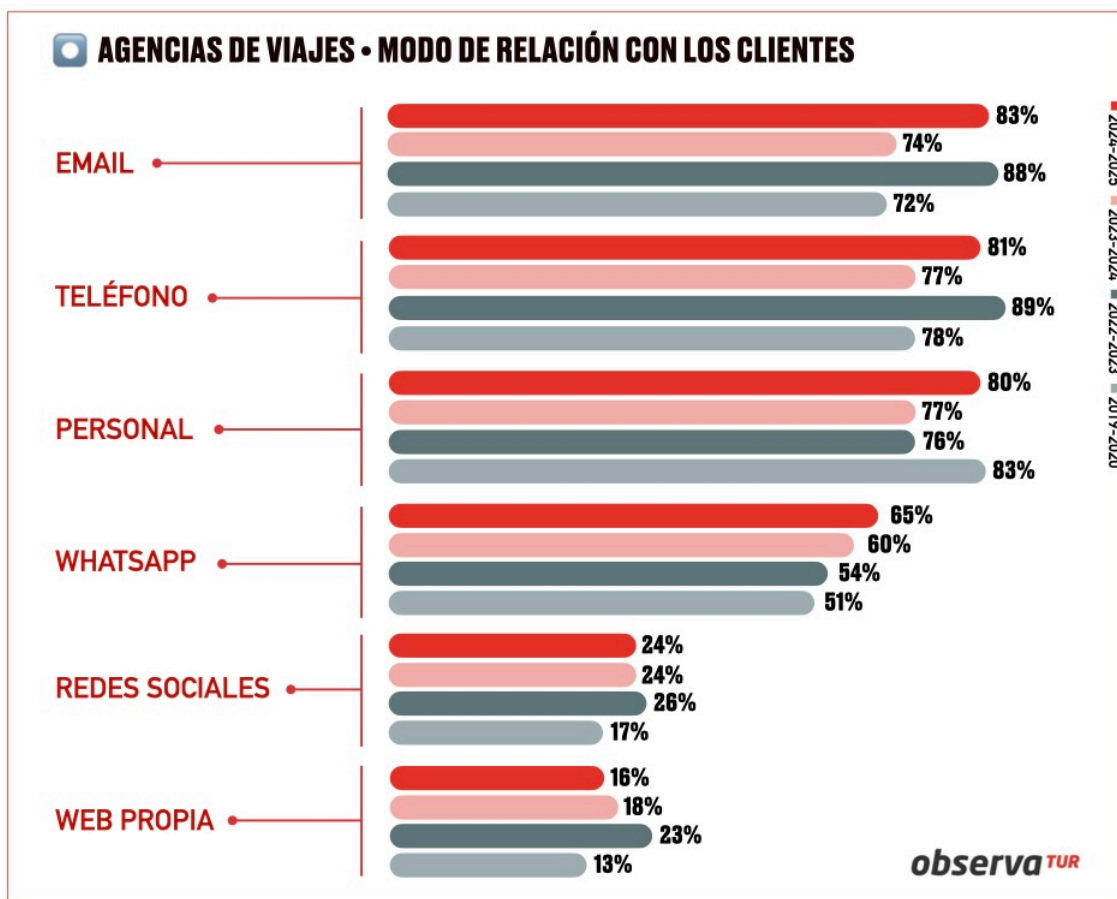
- La digitalización ha ganado mucho peso en el periodo 2019/20-2024/25 y en el momento actual el correo electrónico es el primer canal de los españoles en su interacción con las agencias
- En este avance de la tecnología, la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp es la que más empuje adquiere como vía de comunicación agencia-cliente, según el histórico de ObservaTUR
- A la hora de reservar/comprar los viajes, en cambio, el canal más utilizado por las agencias es la venta física (72%), por delante de la venta por email (66%) y de la venta telefónica (65%)
- Tres de cada cuatro agencias, por otra parte, mantienen el contacto con sus clientes a la vuelta de sus viajes, principalmente para conocer su grado de satisfacción con el viaje y el destino

Madrid, 30 de abril de 2025.- Los viajeros nacionales siguen prefiriendo mayormente la inmediatez en la atención personalizada, y en conjunto se inclinan más por el teléfono o por el trato presencial en su modo de relación con los clientes, según refleja el análisis estadístico de los últimos años del Observatorio Nacional de Turismo Emisor (ObservaTUR), instrumento de análisis integrado por Amadeus, AON, Beroni, Carrefour Viajes, Exoticca, IAG7/Airmet, Iberia, ILUNION Hotels, Mundiplan, ReiniziaT y la Asociación Nacional de Agencias de Viaje (UNAV).

No obstante, la digitalización ha ganado mucho peso en el periodo 2019/20-2024/25 (ha subido 11 puntos), y en el momento actual el correo electrónico es el primer canal de los españoles en su interacción con las agencias, ligeramente por encima de los anteriores, que, eso sí, muestran una mayor propensión a la estabilidad.

En este impulso de la tecnología en el citado lapso de tiempo, la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp es la que más empuje adquiere como vía de comunicación agencia-cliente, según refleja el histórico de ObservaTUR.

Así, el canal propiedad de Meta —que permite enviar y recibir mensajes, fotos, vídeos, notas de voz y realizar llamadas y videollamadas a través de la conexión a internet del teléfono móvil— ha incrementado su relevancia 14 puntos en la correlación agencia-cliente entre 2019/20-2024/25.



Más lenta, en cambio, es la evolución que registran otros medios electrónicos, con las redes sociales o la web, que todavía mantienen una ascensión menor en esa interrelación, comparativamente con el resto.

A la hora de reservar/comprar los viajes, en cambio, el canal más utilizado por las agencias es la venta física (72%), por delante de la venta por email (66%) y de la venta telefónica (65%). Tres de cada cuatro agencias, por otra parte, mantienen el contacto con sus clientes a la vuelta de sus viajes, principalmente para conocer su grado de satisfacción con el viaje y el destino.

Según Marcos Francos, portavoz de ObservaTUR, "las estadísticas de Observatorio reflejan un auge de la digitalización en las agencias de viajes, aunque todavía se sigue prefiriendo el vínculo personal directo como modo de relación cliente-agencia, en especial a la hora de formalizar las reservas o compras de viajes. Y esa es una de las claves del futuro de las agencias, conciliar sus valores más característicos, basados en una extraordinaria atención personalizada, con el empleo de la mejor tecnología, que permite, entre otras cosas, estar cerca de los clientes en todo momento".

observa**TUR**

NOTA DE EDICIÓN

El Observatorio Nacional del Turismo Emisor, ObservaTUR, es el primer instrumento de seguimiento y monitorización especializado en turismo emisor, que indaga en profundidad cómo se comporta hoy en día el turista español en sus vacaciones dentro y fuera de España, cómo se inspira, cómo reserva, qué destinos y servicios demanda en mayor medida y cuáles son sus hábitos de compra. ObservaTUR es una iniciativa promovida por Amadeus, AON, Beroni, Carrefour Viajes, Exoticca, IAG7/Airmet, Iberia, Ilunion Hotels, Mundiplan, ReiniziaT y la Asociación Nacional de Agencias de Viaje (UNAV).

DATOS DE CONTACTO

MARKETING & COMUNICACIÓN ObservaTUR
Marcos Franco | José María Paredes
646 11 65 74 | 636 641 691
marcos.franco@reiniziat.es · jm.paredes@task-one.com